



**T2Ti Tecnologia da Informação Ltda – T2Ti.COM**  
**CNPJ: 10.793.118/0001-78**  
**Projeto T2Ti ERP 2.0**

---

# **Documento de Visão**

**T2Ti ERP 2.0 – CRM**

**Versão 1.0**

## **Projeto T2Ti ERP 2.0** **CRM**



**T2Ti Tecnologia da Informação Ltda – T2Ti.COM**  
**CNPJ: 10.793.118/0001-78**  
**Projeto T2Ti ERP 2.0**

### **Histórico de Alterações**

<b>Data</b>	<b>Versão</b>	<b>Descrição</b>	<b>Autor</b>
30/04/2014	1.0	Primeira versão do documento.	Albert Eije



**T2Ti Tecnologia da Informação Ltda – T2Ti.COM**  
**CNPJ: 10.793.118/0001-78**  
**Projeto T2Ti ERP 2.0**

---

## **Introdução**

Este documento abordará as questões pertinentes ao desenvolvimento do módulo CRM do Projeto T2Ti ERP 2.0.

### **Breve descrição do produto**

Hoje nas empresas, as ações e decisões referentes ao cliente atual e em potencial precisam estar fortemente organizadas em informações que agilizem e otimizem todo o processo de vendas e atendimento. As informações de relacionamento precisam ser compiladas e/ou recuperadas no momento que o contato entre a empresa e o cliente está ocorrendo para que se possa conhecer e reconhecer o cliente, direcionando produtos, serviços e ofertas completamente ajustadas a ele, que assim estará disposto a estabelecer a preferência, repetir a compra e inclusive pagar mais para obter o valor agregado que lhe é oferecido.

O CRM - *Customer Relationship Management* ou Gerenciamento das Relações com o Cliente, busca a melhoria contínua do relacionamento entre a empresa e seus clientes (Trepper, 2000). É um dos métodos mais sofisticados e eficientes, que transformam a maneira como as empresas podem aumentar a rentabilidade dos clientes atuais. Neste conceito, prega-se uma revolução no modelo tradicional de marketing e vendas, onde a comercialização não deve estar enfocada nos produtos, mas na necessidade do consumidor.

O relacionamento baseado na informação já recolhida e compilada antes, durante e após qualquer contato, não somente os dados da venda e cadastro do cliente, geram níveis de lealdade maiores, reduzindo o investimento na busca de novos clientes e gerando a repetição da compra.

Para obter essa fidelidade, é necessário que a empresa possua informações sobre os clientes, principalmente de suas preferências, e é para isso que o CRM se destina: passar informações importantes sobre clientes, para que os mesmos sejam bem atendidos, superando sua expectativa.



**T2Ti Tecnologia da Informação Ltda – T2Ti.COM**  
**CNPJ: 10.793.118/0001-78**  
**Projeto T2Ti ERP 2.0**

---

## **Referências**

Abaixo listamos as referências que utilizamos para criar esse documento e que serão utilizadas como base para o desenvolvimento da aplicação.

<b>Título do Documento</b>	<b>Fonte / Referência</b>
Artigo T2Ti: AFV	<a href="http://t2ti.com/erp2/artigos/CRM_AFV.pdf">http://t2ti.com/erp2/artigos/CRM_AFV.pdf</a>
Discussões no Provimento de Conteúdo	<a href="http://t2ti.com/ead2/mod/forum/view.php?id=30">http://t2ti.com/ead2/mod/forum/view.php?id=30</a>



**T2Ti Tecnologia da Informação Ltda – T2Ti.COM**  
**CNPJ: 10.793.118/0001-78**  
**Projeto T2Ti ERP 2.0**

## Posicionamento

Nesta seção serão descritos os envolvidos no problema proposto e as atitudes tomadas para a resolução do mesmo.

## Descrição do problema

Os problemas a seguir	Perda de clientes para a concorrência. Dificuldade em prospectar novos clientes. Queda nas vendas. Falta de fidelização por parte do cliente. Falta de informação integrada sobre os clientes.
Afetam	Todas as organizações que realizam vendas.
Cujo impacto é	Prejuízos financeiros. Risco à imagem da organização. Falência.
Uma boa solução seria	Implementar e implantar o CRM.

## Envolvidos – *stakeholders*

Toda e qualquer organização que realize vendas.

## Usuários

Abaixo segue um resumo dos usuários do sistema:

Nome	Responsabilidades
Usuário	Usuário responsável pelo setor de administrativo ou apontado por este. O administrador do sistema define o controle de acessos.



**T2Ti Tecnologia da Informação Ltda – T2Ti.COM**  
**CNPJ: 10.793.118/0001-78**  
**Projeto T2Ti ERP 2.0**

## **Ambiente de Trabalho**

Abaixo segue uma tabela que mostra como deve ser o ambiente de trabalho do usuário. Durante o treinamento os testes serão realizados no Windows 8.

<b>Hardware</b>
Servidor que suporte transações em banco de dados e web services. <ul style="list-style-type: none"><li>• Sistemas Web: Qualquer dispositivo ou computador que seja capaz de rodar um browser.</li><li>• Sistemas RIA: um computador capaz de rodar as versões mais recentes do Windows, Linux ou OSX.</li></ul>
<b>Software</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Sistemas Web: basta ter a capacidade de rodar um browser.</li><li>• Sistemas RIA: máquina Virtual Java para a aplicação que será desenvolvida em Java. Framework .NET para a aplicação que será desenvolvida em C#.</li></ul>
<b>Ambiente</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Sistema operacional Windows: aplicações em Delphi, Lazarus, Java e C#.</li><li>• Sistema Operacional Linux: aplicações em Java e Lazarus.</li><li>• Sistema Operacional OS X: aplicações em Java e Lazarus.</li></ul>



**T2Ti Tecnologia da Informação Ltda – T2Ti.COM**  
**CNPJ: 10.793.118/0001-78**  
**Projeto T2Ti ERP 2.0**

## **Visão Geral do Produto**

Seguem as características da aplicação:

E-Mail Marketing	Criação de campanhas de envio de e-mail para os clientes. Pode ser feito um filtro nos clientes que receberão a campanha de acordo com determinados parâmetros: aniversário, perfil, etc.
Perfil do Cliente	Traçar o perfil do cliente. O sistema deve armazenar, a cada compra ou contato com o cliente, suas preferências de consumo, suas exigências, os motivos de suas reclamações, a quantidade de contatos que o mesmo faz, etc, com o objetivo de traçar o perfil completo do cliente que pode ser recuperado rapidamente sempre que for necessário.
Lançamento por Perfil	Ao lançar um novo produto, o sistema identifica quais os clientes tem grande chances de comprar o item e cria uma campanha de marketing para enviar um e-mail para esses clientes avisando do lançamento.
Pré-Lançamento por Perfil	Parecido com o "Lançamento por Perfil", mas neste caso o produto ainda não foi oficialmente disponibilizado para o público em geral e os clientes dentro do perfil poderão ter a chance de comprá-lo antes do lançamento.
Integração com Loja Virtual	O sistema deve armazenar as "preferências" do cliente quando esse estiver navegando na loja virtual para que possa oferecer o produto, caso não compre, ou produtos similares no momento do seu lançamento ou em campanhas promocionais.
Reclamações no Nível Gerencial	Os atendimentos que gerarem reclamações de nível crítico: que chegaram nos órgão



**T2Ti Tecnologia da Informação Ltda – T2Ti.COM**  
**CNPJ: 10.793.118/0001-78**  
**Projeto T2Ti ERP 2.0**

	reguladores, procon, possível ação judicial, devem chegar de imediato aos usuário de nível gerencial da empresa para a tomada de decisão.
Encarteiramento	Possibilidade de “encarteirar” clientes com base no seu Perfil. Assim uma carteira de clientes pode ser entregue a um “gerente de contas” ou “gerente de vendas”. Segmentação do cliente.
Segurança da informação	Embora o ideal seja disponibilizar os dados dos clientes para toda a organização com o objetivo do atendimento com excelência por todos os funcionários, é importante ter atenção à segurança da informação, pois toda a carteira de clientes, com suas preferências e tudo mais pode ser capturada por colaboradores mal intencionados e repassados para a concorrência.  Implementar mecanismos de segurança para evitar tais atitudes.
SAC	Permite acesso aos dados do cliente e aos seus chamados/reclamações. Permite ainda incluir um novo chamado/reclamação.  O sistema deve permitir o cadastro de “scripts” pré-definidos para atendimento padronizado aos clientes.